



**Resultados 1S 2019**

**PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.**

**30 de Julio de 2019**



## INDICE

Visión Global	3
Educación	5
Radio	7
Prensa	9
Media Capital	11
Total Grupo	13
Anexo	18



## VISION GLOBAL

- ❑ En el primer semestre de 2019, el EBITDA alcanza los **100 millones de euros**, en línea con las expectativas del Grupo sobre la evolución esperada de los negocios.
- ❑ La comparativa de los resultados respecto al ejercicio anterior se ve condicionada por el **impacto de la estacionalidad** de los negocios.
- ❑ El Grupo confirma sus perspectivas de evolución para el conjunto del ejercicio 2019.

### Overview de los negocios

#### SANTILLANA

- Incremento de **200.000** alumnos activos en **sistemas de suscripción**, pasando de 1,2 millones a 1,4 millones (+14%).
- Las campañas se desarrollan de acuerdo a lo previsto, con **incrementos significativos** en España, por ser año con novedades.
- La comparativa del 2T está condicionada por la venta de activos en 2018, el registro de las ventas públicas de Brasil y México (que en 2019 se producirán en el 2S) y por la hiperinflación en Argentina. Crecimiento del **EBITDA +0,3%** en moneda local sin dichos efectos.
- Los hitos previstos en S2 2019 (ventas públicas Brasil y México y novedades en España) impulsarán un **sólido crecimiento**.

#### RADIO

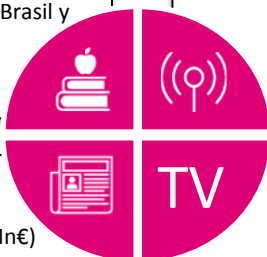
- Crecimiento del **EBITDA del 3%** a pesar de los impactos que el Mundial y elecciones tuvieron en 2018 tanto en España como en LatAm. Sin impactos crecimiento del **EBITDA del 14%**.
- Destaca el comportamiento de España, con un **crecimiento de ingresos publicitarios del 4%**, por encima del crecimiento de mercado que creció un 2,8% según i2p.
- Se espera que el **crecimiento y la mejora operativa** continúe en lo que resta de año.

#### PRENSA

- **Mejora sustancial del EBITDA** (+1,6Mn€ vs -2Mn€) por crecimiento del negocio. Crecimiento de EBITDA de €4,8 Mn sin efecto Mundial.
- **Crecimiento de la publicidad del 3%** a pesar de ser año sin Mundial con **mejoras en los márgenes de circulación (+30%)** fruto de los acuerdos y medidas de eficiencia alcanzados el año anterior.
- Se espera una **continua mejora de los indicadores operativos relevantes del negocio** (liderazgo digital, crecimiento publicitario y mejora de márgenes de circulación).

#### MEDIA CAPITAL

- Crecimiento de los ingresos publicitarios del 1% en el período, por encima de mercado, con **mantenimiento de costes en el 2T estanco** mejorando la evolución en un entorno de mercado muy competitivo.
- Crecimiento de los ingresos de la radio del 27% con una mejora del EBITDA del 60% hasta alcanzar **los 6 Mn€**.
- **Cambios en el equipo de gestión y en el Consejo de Administración.**



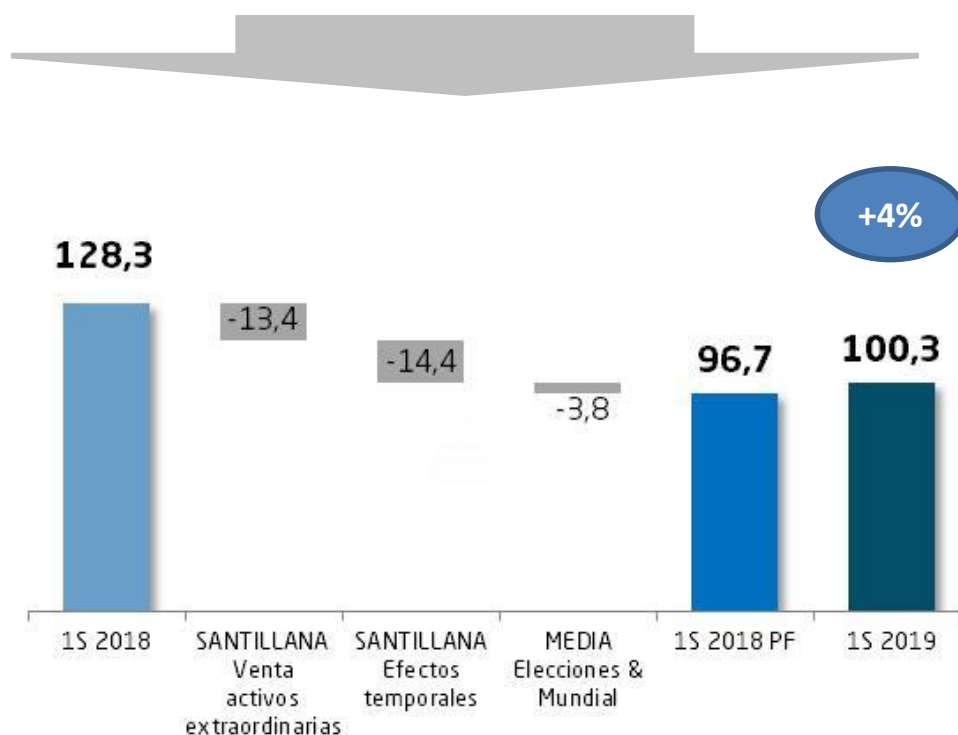
### Otros hitos relevantes

- La compañía completa con éxito la ampliación de capital de 200 millones de euros para la compra de la participación minoritaria de Santillana, habiéndose registrado la transacción en el mes de abril.
- Mejora de la calificación crediticia de S&P y nuevo rating de Moody's que obedecen a la mejora significativa de la situación financiera del Grupo, así como de la fortaleza de su negocio.
- **En 2019 entra en vigor la NIIF 16 y se incorporan en el EBITDA las provisiones de tráfico y de devoluciones incorporadas en el EBIT el año anterior** (-2Mn en el 1S2019 y -4 Mn en el 1S de 2018).
- El tipo de cambio ha tenido en el 1S de 2019 un **impacto negativo en ingresos de -6,7 millones de euros y de -1,4 millones en EBITDA**, principalmente por la hiperinflación en Argentina y la evolución de tipos en Brasil.
- La deuda neta a Junio de 2019 se sitúa en 1.180 millones tras el pago pendiente previsto a 3i (€36 millones) y la recompra del minoritario de Santillana (€113Mn), frente a 929 millones de euros en diciembre de 2018. En el 1S de 2019 la **generación de caja operativa en el periodo ha sido de -57Mn€ versus -38Mn€**, explicada por los efectos temporales de Santillana y la estacionalidad del negocio.
- Registro de **una provisión extraordinaria de 51 Mn€** en el 1T de 2019 correspondiente a un litigio con Mediapro.



## Impactos en EBITDA afectando la comparativa del 1S

- ❑ **Venta de activos extraordinarias** en 2T2018 (Santillana USA & real estate)
- ❑ **Ventas públicas de Brasil (reposición) y México** esperadas en 2S2019 mientras que en 2018 se registraron en el 2T
- ❑ **Hiperinflación en Argentina**
- ❑ **Elecciones y Mundial** afectando positivamente a España y Colombia en 2T de 2018



## Evolución esperada en el 2S de 2019

### FUERTE GENERACION DE EBITDA Y CAJA

- ❑ **Santillana:** i) registro en 2S de las ventas públicas de reposición de Brasil y México ii) finalización de la campaña de España con novedades en 2019 versus 2018 iii) nuevo pedido de ventas públicas de Brasil en el 4T (ciclo medio versus ciclo bajo en 2018)
- ❑ **Media:** Continuo crecimiento del negocio con mejoras de eficiencia
- ❑ **Ventas de activos no estratégicos (no materiales)**



# EDUCACIÓN

## Descripción del negocio y posicionamiento

En Educación, Santillana, es la compañía líder en España y Latinoamérica con una cuota combinada del 24%, y con la ventaja competitiva de ser el único operador global en todos los mercados de España y Latinoamérica. Santillana está enfocada en el mercado educativo de K-12, que es el mercado de educación más grande en tamaño, más atractivo y más resistente por su naturaleza de educación obligatoria, con especial foco en el crecimiento de los modelos de suscripción.

### Presencia Global



Presencia de Santillana en LatAm e Iberia:  
21 Países con 143m alumnos

### Liderazgo por mercados

País	Mercado privado: Educación Tradicional				Modelos de suscripción
	2010		2018		2019
	Rank	Cuota	Rank	Cuota	# Estudiantes
<b>Principales países</b>					
Brasil	1	21%	2	22%	372k
España	1	19%	1	20%	n.a.
México	1	18%	1	16%	215k
Colombia	1	17%	1	34%	341k
Argentina	1	24%	1	40%	169k
Ecuador	1	24%	1	33%	54k
Peru	1	29%	1	28%	63k
<b>Otros Países</b>					
Dom. Rep.	1	34%	1	31%	
Chile	1	27%	1	28%	
CAN	1	38%	1	44%	
CAS	1	31%	1	35%	
P. Rico	1	23%	1	18%	
Paraguay	1	20%	1	21%	
Uruguay	1	24%	1	41%	
Bolivia	1	29%	1	30%	
Portugal	3	6%	3	4%	
Venezuela	1	22%	1	25%	
<b>Total Mercado Privado</b>	<b>1</b>	<b>20%</b>	<b>1</b>	<b>24%</b>	

Total modelos de suscripción: 1.4m

Santillana es el único operador global implementando sistemas fuera de Brasil ó México

Oportunidad para transformar los alumnos privados de Latam en sistemas

### FOCO EN LOS MODELOS DE SUSCRIPCIÓN BASADOS EN LOS SISTEMAS DE ENSEÑANZA

Santillana ha desarrollado un papel clave en el proceso de desarrollo tecnológico educativo de los países en los que está presente mediante la implantación y desarrollo de la tecnología en el sistema de aprendizaje educativo en su grado pertinente a través de la implantación de sistemas de enseñanza digitales. Santillana ha creado una plataforma tecnológica escalable a cualquier usuario en cualquier región. Su oferta incluye un servicio integral dirigido a centros escolares, docentes y alumnos, que incorpora la tecnología, la formación y el asesoramiento. Los sistemas de enseñanza (UNO, Compartir, Farias Brito, Educa y sistemas de inglés) representaron un 21% de los ingresos totales de Santillana en 2018 y un 36% del total de los ingresos de enseñanza privada en LatAm. Santillana es el único operador que ha desarrollado estos sistemas de enseñanza fuera de Brasil y está presente en 15 países.

Este nuevo modelo de negocio ofrece una mayor visibilidad de los ingresos, con contratos firmados con duración entre 3 y 4 años y con un ingreso medio por estudiante superior al precio medio por estudiante del modelo tradicional. La tasa de renovación media de estos sistemas es del 86% con un margen bruto por encima del 80%, superior al de la educación tradicional. La evolución de los modelos de suscripción desde su lanzamiento es la siguiente:



\* 2018 excluye ingresos digitales distintos de Sistemas por un importe de 9 Mn€. Incluyendo dichos ingresos, el total de ingresos digitales alcanzaron los 134 Mn€

**Liderazgo en el K-12, con especial foco en modelos de suscripción y con oportunidad de transformar los alumnos de educación tradicional en modelos de suscripción**



## EDUCACIÓN

### Principales titulares 1S 2019

- Evolución de campañas finalizadas acorde a lo esperado, con un buen comienzo de la campaña en España, crecimiento de los modelos de suscripción y con un 2T afectado en la comparativa con el año anterior por los siguientes efectos (impactos en EBITDA):
  - Permanentes extraordinarios (13,4 Mn€): Venta de Santillana USA y Edificio Argentina en 2T2018
  - Temporales (14,4 Mn €): Registro en el 2S de 2019 de los pedidos de reposición de Brasil y de las ventas públicas de México que en 2018 se produjeron en el 2T (9,9Mn €) y el efecto hiperinflación en Argentina (4,6 Mn€). El efecto de la hiperinflación se minorará a partir de septiembre que es cuando se empezó a registrar el impacto en 2018
- Crecimiento del EBITDA comparable sin efectos del 0,3%
- Los modelos de suscripción crecen en alumnos 200.000 hasta superar el 1.400.000 (+14% de crecimiento)
- Crecimiento significativo esperado en el 2S del ejercicio explicado fundamentalmente por i) el registro de los pedidos de reposición de Brasil y ventas públicas de México, ii) finalización de la campaña de España con novedades respecto al ejercicio anterior, iii) ciclo medio de las ventas institucionales en Brasil respecto a ciclo bajo en 2018, cuyo registro está previsto en el 4T.

### Cuenta de resultados

Millones de €	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2019	2018	Var. %	2019	2018	Var. %
<b>Resultados Comparables</b>						
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>256,0</b>	<b>301,3</b>	<b>(15,1)</b>	<b>87,1</b>	<b>127,6</b>	<b>(31,8)</b>
España	46,7	37,3	25,1	44,2	35,2	25,4
Internacional	209,3	264,0	(20,7)	42,9	92,4	(53,6)
<b>EBITDA Comparable</b>	<b>61,9</b>	<b>91,0</b>	<b>(32,0)</b>	<b>(4,4)</b>	<b>22,8</b>	<b>---</b>
España	3,0	(2,7)	---	18,0	11,5	56,4
Internacional	58,8	93,7	(37,2)	(22,4)	11,3	---
Margen EBITDA	24,2%	30,2%		-5,0%	17,8%	
<b>EBIT Comparable</b>	<b>34,5</b>	<b>65,1</b>	<b>(46,9)</b>	<b>(17,0)</b>	<b>12,1</b>	<b>---</b>
Margen EBIT	13,5%	21,6%		-19,5%	9,5%	
<b>Resultados Comparables a tipo constante</b>						
<b>Ingresos de Explotación a tipo constante</b>	<b>260,5</b>	<b>301,3</b>	<b>(13,6)</b>	<b>85,1</b>	<b>127,6</b>	<b>(33,3)</b>
España	46,7	37,3	25,1	44,2	35,2	25,4
Internacional	213,8	264,0	(19,0)	40,9	92,4	(55,7)
<b>EBITDA Comparable a tipo constante</b>	<b>63,4</b>	<b>91,0</b>	<b>(30,4)</b>	<b>(6,9)</b>	<b>22,8</b>	<b>---</b>
España	3,0	(2,7)	---	18,0	11,5	56,4
Internacional	60,4	93,7	(35,6)	(24,9)	11,3	---
Margen EBITDA	24,3%	30,2%		-8,1%	17,8%	
<b>EBIT Comparable a tipo constante</b>	<b>35,4</b>	<b>65,1</b>	<b>(45,5)</b>	<b>(19,5)</b>	<b>12,1</b>	<b>---</b>
Margen EBIT	13,6%	21,6%		-22,9%	9,5%	
<b>Resultados Reportados</b>						
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>256,0</b>	<b>301,3</b>	<b>(15,1)</b>	<b>87,1</b>	<b>127,6</b>	<b>(31,8)</b>
España	46,7	37,3	25,1	44,2	35,2	25,4
Internacional	209,3	264,0	(20,7)	42,9	92,4	(53,6)
<b>Gastos de Explotación Contables</b>	<b>194,1</b>	<b>217,1</b>	<b>(10,6)</b>	<b>91,5</b>	<b>108,2</b>	<b>(15,5)</b>
<b>EBITDA Contable</b>	<b>61,9</b>	<b>84,2</b>	<b>(26,5)</b>	<b>(4,4)</b>	<b>19,4</b>	<b>---</b>
Margen EBITDA	24,2%	27,9%		-5,0%	15,2%	
<b>EBIT Contable</b>	<b>34,5</b>	<b>63,8</b>	<b>(45,8)</b>	<b>(17,0)</b>	<b>11,5</b>	<b>---</b>
Margen EBIT	13,5%	21,2%		-19,5%	9,0%	
<b>Ajustes en resultados reportados</b>						
<hr/>						
Millones de €	2019	2018	Var. %	2019	2018	Var. %
<b>Efecto NIIF16</b>						
<b>Efecto NIIF16 en Gastos</b>	<b>0,0</b>	<b>(6,8)</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>(3,4)</b>	<b>100,0</b>
IFRS16		(6,8)	100,0	0,0	(3,4)	100,0
<b>Efecto NIIF16 en Amortización</b>	<b>0,0</b>	<b>5,5</b>	<b>(100,0)</b>	<b>0,0</b>	<b>2,8</b>	<b>(100,0)</b>
IFRS16		5,5	(100,0)	0,0	2,8	(100,0)



# RADIO

## Descripción del negocio y posicionamiento

Prisa Radio es el mayor grupo radiofónico en español con presencia en 10 países, mas de 22 millones de oyentes, 47 millones de navegadores únicos y con un excelente posicionamiento en los principales mercados radiofónicos de habla hispana. PRISA Radio es líder absoluto en España, Colombia y Chile.

En **España**, destaca la fortaleza competitiva de la Radio a través de sus principales emisoras (Cadena Ser, Los40, Cadena Dial, Los40classic). Según el último informe de EGM, **Cadena SER mantiene el liderazgo absoluto en el mercado con 4.119 miles de oyentes** (cuota de mercado del 34% de la radio generalista en España). **Los40 ocupa la segunda posición en España después de SER y mantiene el primer puesto en el mercado de Radio musical, con audiencias que alcanzan el 22%.**

En **Chile y Colombia**, las radio del grupo son líderes con cuotas de audiencia respectivas del 39% y 27% respectivamente, y en **México**, mantenemos la segunda posición con una cuota de audiencia del 15%

### Posición del mercado de la radio por región



Portfolio de negocio diversificado por geografía y por naturaleza



**Plataforma global líder de radio en español con foco en convertirse en el mayor productor y distribuidor de audio en español**



## RADIO

### Principales titulares 1S 2019

- ❑ **Mejora operativa** del 3% a pesar de los impactos positivos que el Mundial y las elecciones tuvieron en 2018. **Crecimiento en EBITDA del 14%** descontando dichos efectos
- ❑ **Crecimiento publicitario del 4% en España** por encima de mercado con buen comportamiento tanto en publicidad nacional (+1,1%) como en local (+6,4%)
- ❑ **LatAm se ha visto afectada especialmente en la comparativa del 1S de 2018** por Colombia donde las elecciones y el Mundial tuvieron un impacto positivo en ingresos de 3,5 millones de euros y de 3,2 millones de euros en el EBITDA
- ❑ **Crecimiento y mejora operativa** esperada para el resto del ejercicio

### Cuenta de resultados

Millones de €	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2019	2018	Var.%	2019	2018	Var.%
<b>Resultados Comparables</b>						
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>134,5</b>	<b>136,0</b>	<b>(1,1)</b>	<b>74,4</b>	<b>77,1</b>	<b>(3,5)</b>
España	96,0	93,6	2,5	52,9	53,7	(1,5)
Latam	40,5	43,8	(7,6)	22,6	24,4	(7,4)
Música	0,0	2,5	(99,0)	0,0	1,1	(98,2)
Ajustes y Otros	(2,1)	(4,0)	48,1	(1,1)	(2,1)	47,3
<b>EBITDA Comparable</b>	<b>28,1</b>	<b>27,1</b>	<b>3,7</b>	<b>20,1</b>	<b>21,4</b>	<b>(6,2)</b>
España	21,5	17,4	24,0	15,3	15,0	1,9
Latam	6,7	10,5	(36,2)	4,9	6,9	(29,1)
Música	(0,0)	(0,3)	85,0	(0,0)	(0,0)	(6,5)
Ajustes y Otros	(0,1)	(0,4)	85,2	(0,0)	(0,4)	92,6
Margen EBITDA	20,9%	20,0%		27,0%	27,8%	
<b>EBIT Comparable</b>	<b>19,0</b>	<b>18,4</b>	<b>3,6</b>	<b>15,4</b>	<b>17,0</b>	<b>(9,6)</b>
Margen EBIT	14,1%	13,5%		20,7%	22,1%	
<b>Resultados Comparables a tipo constante</b>						
<b>Ingresos de Explotación a tipo constante</b>	<b>136,8</b>	<b>136,0</b>	<b>0,6</b>	<b>75,8</b>	<b>77,1</b>	<b>(1,7)</b>
España	96,0	93,6	2,5	52,9	53,7	(1,5)
Latam	42,8	43,8	(2,4)	24,0	24,4	(1,8)
Música	0,0	2,5	(99,0)	0,0	1,1	(98,2)
Ajustes y Otros	(2,0)	(4,0)	48,4	(1,1)	(2,1)	47,3
<b>EBITDA Comparable a tipo constante</b>	<b>28,0</b>	<b>27,1</b>	<b>3,1</b>	<b>20,5</b>	<b>21,4</b>	<b>(4,5)</b>
España	21,5	17,4	24,0	15,3	15,0	1,9
Latam	6,6	10,5	(37,6)	5,2	6,9	(23,8)
Música	(0,0)	(0,3)	85,0	(0,0)	(0,0)	(6,5)
Ajustes y Otros	(0,1)	(0,4)	85,2	(0,0)	(0,4)	92,6
Margen EBITDA	20,5%	20,0%		27,0%	27,8%	
<b>EBIT Comparable a tipo constante</b>	<b>18,7</b>	<b>18,4</b>	<b>1,9</b>	<b>15,7</b>	<b>17,0</b>	<b>(8,1)</b>
España	15,9	11,4	39,6	12,6	12,0	4,4
Latam	2,9	7,7	(62,1)	3,2	5,5	(41,9)
Música	(0,0)	(0,3)	85,1	(0,0)	(0,0)	(2,8)
Ajustes y Otros	(0,1)	(0,4)	85,2	(0,0)	(0,4)	92,6
Margen EBIT	13,7%	13,5%		20,7%	22,1%	
<b>Resultados Reportados</b>						
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>134,5</b>	<b>136,0</b>	<b>(1,1)</b>	<b>74,4</b>	<b>77,1</b>	<b>(3,5)</b>
Publicidad	126,4	127,8	(1,2)	70,3	73,2	(4,1)
España	89,5	86,0	4,0	49,4	49,7	(0,5)
Latam	37,0	41,9	(11,6)	21,0	23,6	(11,3)
Otros	(0,1)	(0,1)	(20,4)	(0,1)	(0,1)	(60,2)
Otros	8,1	8,1	0,0	4,2	3,9	7,2
<b>Gastos de Explotación Contables</b>	<b>106,4</b>	<b>115,2</b>	<b>(7,7)</b>	<b>54,3</b>	<b>58,9</b>	<b>(7,8)</b>
<b>EBITDA Contable</b>	<b>28,1</b>	<b>20,8</b>	<b>35,6</b>	<b>20,1</b>	<b>18,2</b>	<b>10,3</b>
Margen EBITDA	20,9%	15,3%		27,0%	23,6%	
<b>EBIT Contable</b>	<b>19,0</b>	<b>16,8</b>	<b>13,5</b>	<b>15,4</b>	<b>16,2</b>	<b>(5,1)</b>
Margen EBIT	14,1%	12,3%		20,7%	21,0%	
<b>Ajustes en resultados reportados</b>						
Millones de €	2019	2018	Var.%	2019	2018	Var.%
<b>Efecto NIIF16</b>						
<b>Efecto NIIF16 en Gastos</b>	<b>0,0</b>	<b>(6,4)</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>(3,2)</b>	<b>100,0</b>
IFRS16		(6,4)	100,0			---
<b>Efecto NIIF16 en Amortización</b>	<b>0,0</b>	<b>4,8</b>	<b>(100,0)</b>	<b>0,0</b>	<b>2,4</b>	<b>(100,0)</b>
IFRS16		4,8	(100,0)			---





## PRENSA

### Descripción del negocio y posicionamiento

En el negocio de prensa Prisa tiene la mayor plataforma global de noticias en español con 129 millones de navegadores únicos y con presencia en España y LatAm de sus principales marcas, El País (información general) y As (información deportiva).

En los últimos años, la compañía ha avanzado hacia **un modelo de negocio digital creciente y escalable**, cuyo primer paso ha sido el crecimiento y liderazgo de las audiencias y el despegue de la publicidad digital, que ya tiene más peso que la tradicional.

**EL PAÍS ocupa la primera posición en webs de noticias en Español** y en el ranking mundial de medios la posición 5 (excluyendo periódicos chinos e indios).

#### Posicionamiento por región

##### España



##### Internacional



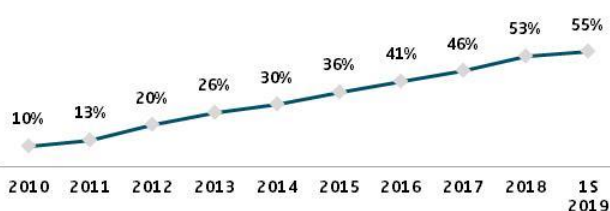
#### Lider en Audiencias a nivel mundial

Usuarios unicos, m

Rank	Name	UMV, m
#1	NY Times	36.6
#2	The Guardian	29.9
#3	Daily Mail	21.2
#4	Washington Post	18.5
#5	<b>EL PAÍS</b>	<b>15.3</b>

#### Transición hacia modelo de publicidad digital

Ingresos de publicidad digital como % sobre total de ingresos publicitarios



Diario AS afianza su crecimiento en España y su expansión internacional. Según ComScore en Junio de 2019 ha logrado el récord histórico de 13,4 millones de usuarios únicos y a nivel global ha alcanzado 54,2 millones de navegadores únicos.

Durante 2018, la compañía ha llevado a cabo una transformación de su estructura de costes fijos a variables con acuerdos en impresión, distribución y tecnología que están generando ahorros significativos.

**EL PAÍS y ARC Publishing, la plataforma digital diseñada por The Washington Post, se han aliado para optimizar la infraestructura tecnológica del diario.** ARC es una plataforma puntera que mejorará la experiencia del lector y agilizará la producción y distribución de los contenidos digitales. El soporte reforzará el proceso de transformación digital iniciado hace años por EL PAÍS y será clave para seguir profundizando en el proceso de transformación digital de las redacciones y del modelo de negocio, tanto del publicitario como el sustentado por los usuarios. El País ya ha iniciado la puesta en producción con un calendario de despliegue progresivo, que se ha iniciado en la Edición de Brasil, y que se prevé se amplíe a la Edición de España, y el resto de ediciones, a lo largo del segundo semestre del año.

**Acuerdo para la creación de la principal plataforma de publicidad programática en España:** Prisa, Vocento y Godó han lanzado un acuerdo para crear una plataforma conjunta de gestión de venta de publicidad programática. El objetivo de este Market place es conseguir la agregación de audiencias cualitativas para la venta de publicidad programática, que permita a los anunciantes tener unos índices de visibilidad elevados y generar campañas eficientes para los usuarios. En el mes de Junio, ha quedado constituida la sociedad, que está plenamente operativa y ya ha iniciado la actividad comercial, que se intensificará en el segundo semestre del año.

**Plataforma global creciente y escalable con foco en avanzar hacia modelos de suscripción**



## PRENSA

### Principales titulares 1S 2019

- ❑ La prensa muestra crecimiento de EBITDA de 3,6 millones de euros por crecimiento del negocio con mejora en los principales indicadores operativos del negocio a pesar del impacto positivo que el Mundial tuvo en 2018. Sin el impacto del Mundial, crecimiento del EBITDA de 4,8 millones de euros
- ❑ Crecimiento de publicidad del 3% impulsado por el comportamiento de la publicidad digital que crece un 11%
- ❑ Mejoras en los márgenes de circulación del 30%, fruto de los acuerdos y medidas de eficiencia alcanzadas el año anterior
- ❑ Continua mejora de los principales indicadores operativos del negocio para el resto del ejercicio

### Cuenta de resultados

Millones de €	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2019	2018	Var. %	2019	2018	Var. %
<b>Resultados Comparables</b>						
Ingresos de Explotación Noticias Gestión	104,5	109,6	(4,6)	55,5	58,4	(5,1)
Ingresos de Explotación PRENSA	94,2	100,3	(6,0)	50,4	54,6	(7,8)
<i>Publicidad</i>	51,4	49,8	3,2	27,8	28,4	(2,0)
<i>Circulación</i>	30,7	35,2	(12,8)	15,5	17,9	(13,2)
<i>Promociones y Otros</i>	12,1	15,2	(20,7)	7,0	8,3	(15,5)
PBS y Prisa Tecnología	10,3	9,3	10,9	5,1	3,8	33,3
EBITDA Comparable Noticias Gestión	1,6	(2,0)	—	4,7	1,1	—
EBITDA Comparable	2,7	0,5	—	4,8	1,8	159,0
<i>Margen EBITDA</i>	2,8%	0,5%	—	9,4%	3,4%	—
PBS y Prisa Tecnología	(1,0)	(2,5)	58,8	(0,0)	(0,7)	94,5
EBIT Comparable Noticias Gestión	(3,2)	(6,3)	49,0	2,2	(1,1)	—
EBIT Comparable	(1,3)	(3,2)	60,9	2,7	(0,1)	—
<i>Margen EBIT</i>	-1,3%	-3,2%	—	5,4%	-0,2%	—
PBS y Prisa Tecnología	(2,0)	(3,1)	36,6	(0,5)	(1,0)	47,5

Millones de €	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2019	2018	Var. %	2019	2018	Var. %
<b>Resultados Reportados</b>						
Ingresos de Explotación Noticias Gestión	104,5	109,6	(4,6)	55,5	58,4	(5,1)
Ingresos de Explotación PRENSA	94,2	100,3	(6,0)	50,4	54,6	(7,8)
<i>Publicidad</i>	51,4	49,8	3,2	27,8	28,4	(2,0)
<i>Circulación</i>	30,7	35,2	(12,8)	15,5	17,9	(13,2)
<i>Promociones y Otros</i>	12,1	15,2	(20,7)	7,0	8,3	(15,5)
PBS y Prisa Tecnología	10,3	9,3	10,9	5,1	3,8	33,3
Gastos de Explotación Contables Noticias Gestión	101,9	111,3	(8,5)	50,7	57,7	(12,2)
Gastos de Explotación Contables PRENSA	91,5	102,0	(10,3)	45,6	53,9	(15,4)
Gastos de Explotación Contables PBS y Tecnología	10,3	9,3	10,9	5,1	3,8	33,3
EBITDA Contable Noticias Gestión	1,6	(4,7)	—	4,7	(0,3)	—
EBITDA Contable PRENSA	2,7	(1,7)	—	4,8	0,7	—
<i>Margen EBITDA</i>	2,8%	-1,7%	—	9,4%	1,3%	—
PBS y Prisa Tecnología	(1,0)	(3,0)	65,2	(0,0)	(1,0)	95,8
EBIT Contable Noticias Gestión	(3,2)	(7,1)	54,4	2,2	(1,5)	—
EBIT Contable PRENSA	(1,3)	(3,8)	67,2	2,7	(0,4)	—
<i>Margen EBIT</i>	-1,3%	-3,8%	—	5,4%	-0,7%	—
PBS y Prisa Tecnología	(2,0)	(3,2)	39,0	(0,5)	(1,1)	50,4

#### Ajustes en resultados reportados

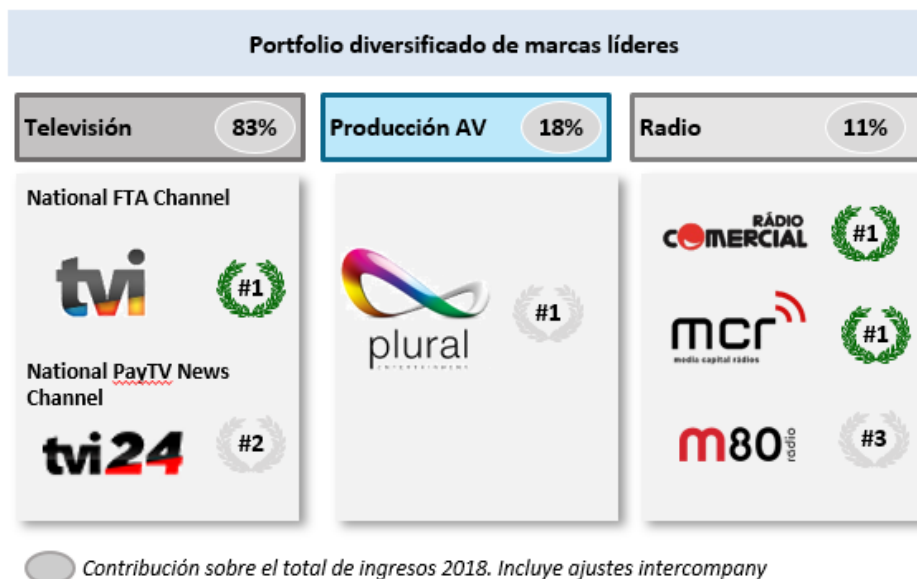
Millones de €	2019	2018	Var. %	2019	2018	Var. %
<b>Efecto NIIF16</b>						
Efecto NIIF16 en Gastos	0,0	(2,7)	100,0	0,0	(1,4)	100,0
PRESS IFRS16		(2,3)	100,0	0,0	(1,1)	100,0
PBS&IT IFRS16		(0,5)	100,0	0,0	(0,2)	100,0
Efecto NIIF16 en Amortización	0,0	2,0	(100,0)	0,0	1,0	(100,0)
PRESS IFRS16		1,6	(100,0)			—
PBS&IT IFRS16		0,3	(100,0)			—



## MEDIA CAPITAL

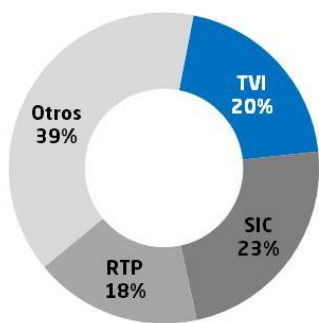
### Descripción del negocio y posicionamiento

Media Capital es el mayor grupo de medios en Portugal. Sus operaciones incluyen televisión (TVI), Radio, producción audiovisual y otras actividades digitales

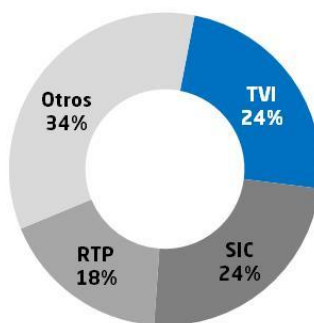


A junio de 2019, TVI alcanza unas audiencias medias diarias de 20% y 24% en 24h y prime time respectivamente, sobre el total de Televisión (incluye la totalidad de canales de TVI y para el principal target comercial: Adultos).

Enero – Junio 2019 (24hrs)



Enero-Junio 2019 ( Prime Time)



La cuota de audiencia media consolidada de Radio de Media Capital en Junio alcanza el 35,8%, con una audiencia en Radio Comercial del 23,6%

**Mayor grupo de medios en Portugal**



## MEDIA CAPITAL

### Principales titulares 1S 2019

- ❑ Media Capital crece sus ingresos publicitarios en el período un **1%** por encima del comportamiento de mercado, con **mantenimiento de costes en el segundo trimestre estanco** y márgenes del 28%, mejorando la evolución en un entorno de mercado muy competitivo
- ❑ TVI alcanza unas audiencias medias diarias del 24% en prime time y del 20% en 24H
- ❑ La radio crece sus ingresos un 27% con una mejora en el EBITDA del 60% hasta alcanzar los **6 Mn€**
- ❑ Cambios en el equipo de gestión y en el Consejo de Administración

### Cuenta de resultados

Millones de €	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2019	2018	Var.%	2019	2018	Var.%
<b>Resultados Comparables</b>						
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>86,4</b>	<b>86,9</b>	<b>(0,6)</b>	<b>47,1</b>	<b>48,1</b>	<b>(2,2)</b>
<i>Publicidad</i>	59,0	58,6	0,7	33,7	34,3	(1,7)
<i>Otros</i>	27,4	28,3	(3,1)	13,3	13,8	(3,5)
<b>EBITDA Comparable</b>	<b>14,2</b>	<b>20,6</b>	<b>(30,9)</b>	<b>13,2</b>	<b>14,8</b>	<b>(10,7)</b>
<i>Margen EBITDA</i>	16,5%	23,7%		28,1%	30,8%	
<b>EBIT Comparable</b>	<b>9,8</b>	<b>16,4</b>	<b>(39,9)</b>	<b>11,0</b>	<b>12,7</b>	<b>(13,5)</b>
<i>Margen EBIT</i>	11,4%	18,9%		23,4%	26,4%	

Millones de €	2019			2018		
	2019	2018	Var.%	2019	2018	Var.%
<b>Resultados Reportados</b>						
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>86,4</b>	<b>86,9</b>	<b>(0,6)</b>	<b>47,1</b>	<b>48,1</b>	<b>(2,2)</b>
<i>Publicidad</i>	59,0	58,6	0,7	33,7	34,3	(1,7)
<i>Otros</i>	27,4	28,3	(3,1)	13,3	13,8	(3,5)
<b>Gastos de Explotación Contables</b>	<b>72,1</b>	<b>67,4</b>	<b>7,0</b>	<b>33,8</b>	<b>33,9</b>	<b>(0,2)</b>
<b>EBITDA Contable</b>	<b>14,2</b>	<b>19,4</b>	<b>(26,7)</b>	<b>13,2</b>	<b>14,2</b>	<b>(7,0)</b>
<i>Margen EBITDA</i>	16,5%	22,4%		28,1%	29,5%	
<b>EBIT Contable</b>	<b>9,8</b>	<b>16,4</b>	<b>(40,0)</b>	<b>11,0</b>	<b>12,7</b>	<b>(13,6)</b>
<i>Margen EBIT</i>	11,4%	18,9%		23,4%	26,4%	

#### Ajustes en resultados reportados

Millones de €	2019			2018		
	2019	2018	Var.%	2019	2018	Var.%
<b>Efecto NIIF16</b>						
<b>Efecto NIIF16 en Gastos</b>	<b>0,0</b>	<b>(1,2)</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>(0,6)</b>	<b>100,0</b>
Indemnizaciones			---	0,0	0,0	---
IFRS16		(1,2)	100,0			---
<b>Efecto NIIF16 en Amortización</b>	<b>0,0</b>	<b>1,2</b>	<b>(100,0)</b>	<b>0,0</b>	<b>0,6</b>	<b>(100,0)</b>
Deterioros y Pérdidas de inmovilizado			---			---
IFRS16		1,2	(100,0)			---



## TOTAL GRUPO

### Principales titulares 1S 2019

- Durante el 1S de 2019, el EBITDA comparable alcanza los **100 Mn€**
- Resultados operativos en línea con las expectativas de la compañía y condicionados en la comparativa con 2018 por la estacionalidad del negocio y efectos extraordinarios. **Excluyendo dichos efectos, el EBITDA crece un 4%**
- La diferencia entre los resultados comparables y los resultados reportados responde a la NIIF16 (tras la implantación de la norma en 2019, se muestran los resultados comparables ajustando la NIIF16 en los resultados de 2018 para mostrar la evolución operativa real) y a la provisión extraordinaria registrada por un litigio con Mediapro (51 millones de euros).
- **Impacto cambiario negativo** en ingresos de -6,7 millones y de -1,4 millones en EBITDA.
- Mayores gastos financieros por la entrada en vigor del nuevo contrato de refinanciación
- El resultado neto afectado por el **registro de la provisión extraordinaria de 51 millones de euros** por un litigio con Mediapro
- Con los resultados del 1S19, la compañía confirma su outlook para 2019

### Cuenta de resultados

Millones de €	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2019	2018	Var. %	2019	2018	Var. %
<b>Resultados Comparables</b>						
Ingresos de Explotación	571,9	629,1	(9,1)	259,6	308,1	(15,7)
EBITDA	100,3	128,3	(21,8)	30,3	56,7	(46,6)
Margen EBITDA	17,5%	20,4%		11,7%	18,4%	
EBIT	53,9	84,2	(36,0)	8,0	37,0	(78,5)
Margen EBIT	9,4%	13,4%		3,1%	12,0%	
<b>Resultados Comparables a tipo constante</b>						
Ingresos de Explotación a tipo constante	578,6	629,1	(8,0)	259,0	308,1	(15,9)
EBITDA a tipo constante	101,7	128,3	(20,7)	28,2	56,7	(50,2)
Margen EBITDA	17,6%	20,4%		10,9%	18,4%	
EBIT a tipo constante	54,6	84,2	(35,2)	5,7	37,0	(84,5)
Margen EBIT	9,4%	13,4%		2,2%	12,0%	
<b>Resultados Reportados</b>						
EBIT Contable	2,9	80,5	(96,4)	8,0	35,1	(77,3)
Margen EBIT	0,5%	12,8%		3,1%	11,4%	
Resultado Financiero	(40,8)	(44,1)	7,4	(20,5)	(28,5)	27,9
Gastos por intereses de financiación	(29,6)	(25,2)	(17,5)	(14,9)	(12,6)	(18,6)
Otros resultados financieros	(11,2)	(18,9)	40,7	(5,6)	(15,9)	64,7
Resultado puesta en equivalencia	0,6	2,4	(75,6)	0,2	1,7	(85,0)
Resultado antes de impuestos	(37,4)	38,8	—	(12,3)	8,3	—
Impuesto sobre sociedades	15,7	22,8	(31,2)	(5,1)	9,4	—
Resultado operaciones en discontinuación	0,7	0,0	—	0,3	0,0	—
Resultado atribuido a socios externos	(0,8)	15,6	—	4,0	10,2	(60,5)
Resultado Neto	(51,5)	0,4	—	(11,0)	(11,4)	3,9
Litigio Mediapro	(40,8)	—	—	0,0	0,0	—
NIIF16	—	(2,8)	100,0	0,0	(1,4)	100,0
Resultado Neto Comparable	(10,7)	(2,4)	—	—	—	—

\* Los ajustes entre resultados reportados y resultados comparables están descritos en las páginas 22 y 23



## TOTAL GRUPO

### Estado de flujos de efectivo

Millones de €	Jun. 2019	Jun. 2018	Var. 19/18	
			Abs.	Rel.
EBITDA (*)	100,3	128,3	-28,0	-21,8%
Costo de indemnizaciones	7,6	20,6	-13,0	-62,9%
EBITDA (excluyendo indemnizaciones y Mediapro)	107,9	148,9	-41,0	-27,5%
Variación del circulante ajustado Mediapro(**)	-63,7	-57,0	-6,6	-11,6%
Pago de indemnizaciones	-10,7	-22,3	11,6	52,2%
Pago de impuestos	-20,8	-15,4	-5,3	-34,6%
Otros flujos de las actividades de explotación	0,0	-15,1	15,1	99,9%
Capex	-33,8	-26,4	-7,4	-28,0%
Inmovilizado financiero	1,3	-4,7	6,0	---
<b>CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN</b>	<b>-19,7</b>	<b>7,9</b>	<b>-27,6</b>	<b>---</b>
Pago de intereses	-20,0	-17,6	-2,4	-13,8%
Otros flujos de las actividades de financiación (*)	-19,1	-27,3	8,3	30,3%
- NIIF 16	-17,5	-17,7	0,2	1,1%
-Otros	-1,5	-9,6	8,1	84,1%
<b>CASH FLOW DE FINANCIACIÓN</b>	<b>-39,0</b>	<b>-44,8</b>	<b>5,8</b>	<b>13,0%</b>
Efecto del tipo de cambio, efecto perímetro y otros	1,5	-1,3	2,8	---
<b>CASH FLOW ANTES DE DESINVERSIONES, DIVIDENDOS Y PNLD 2017</b>	<b>-57,2</b>	<b>-38,3</b>	<b>-18,9</b>	<b>-49,4%</b>
Desinversiones	2,2	21,0	-18,8	-89,6%
Pago de dividendos	-33,4	-23,1	-10,3	-44,7%
PNLD 2017 cobrado en 2018	0,0	26,2	-26,2	-1,0
<b>GENERACIÓN DE CAJA ANTES DE OPERACIONES</b>	<b>-88,4</b>	<b>-14,1</b>	<b>-74,3</b>	<b>-525,5%</b>
Ampliación de capital	199,5	562,8	-363,3	-0,6
Compra 25% Santillana	-312,5	0,0	-312,5	---
Adquisición 3i	-36,1	0,0	-36,1	---
<b>CASH FLOW</b>	<b>-237,6</b>	<b>548,7</b>	<b>-786,2</b>	<b>---</b>

(\*) En 2018 ajustada la NIIF16 en EBITDA y otros flujos de financiación

(\*\*) Ajustado 26,2M€ del la venta pública de BRZ de 2017 cobrada en 2018

En el 1S de 2019, la **generación de caja operativa antes de desinversiones, dividendos a DLJ y PNLD 2017** ha sido de **-57 millones de euros** frente a **-38 millones** en el mismo período de 2018 explicada por los efectos temporales en el EBITDA y por:

- Mayor inversión en circulante en España al ser año de novedades
- Mayor inversión en Capex principalmente en Santillana.
- Mayor pago de intereses por la entrada en vigor del nuevo contrato de financiación.

Las principales diferencias en la generación de caja antes de operaciones obedecen a:

- los cobros en 1T de 2018 de 26 millones de euros que quedaron pendientes de la campaña institucional en Brasil del ejercicio 2017, mientras que la campaña de 2018 se cobró casi en su totalidad en 2018.
- Mayor pago de dividendos en 2019 debido a la liquidación a DLJ del dividendo correspondiente a 2018 y a los 4 meses de 2019
- Menores desinversiones respecto a 2018 donde se produjo la venta de Santillana USA y un inmueble de Santillana en Argentina

#### CAPEX

Millones de €	jun. 2019	jun. 2018	Var. 19/18
Santillana	-26,8	-21,6	-5,1
Radio	-1,7	-1,7	0,0
Prisa Noticias	-2,2	-1,6	-0,6
Media Capital	-2,6	-1,0	-1,6
Otros	-0,6	-0,6	0,0
<b>Total GRUPO PRISA</b>	<b>-33,8</b>	<b>-26,4</b>	<b>-7,4</b>



## TOTAL GRUPO

### Posición financiera neta

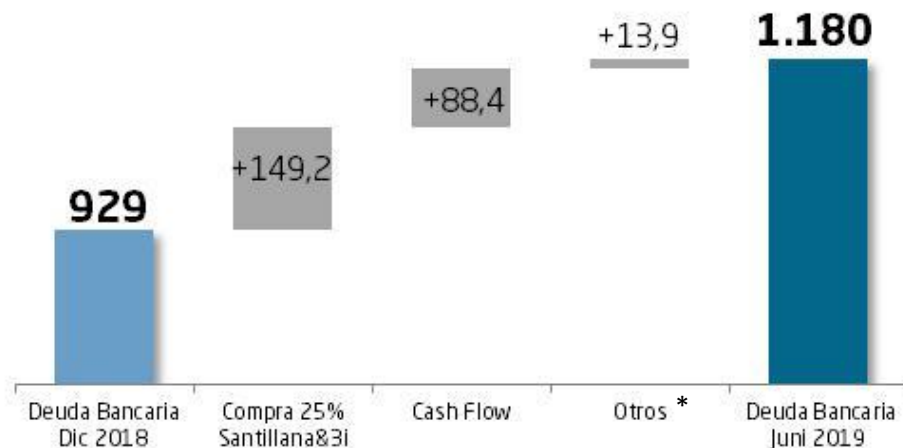
#### DEUDA BANCARIA TOTAL

Millones de €	Jun. 2019	Dic. 2018	Var. 19/18	
			Abs.	Rel.
<b>- Deudas con entidades de crédito</b>	<b>1.279,5</b>	<b>1.225,8</b>	<b>53,7</b>	<b>4,4%</b>
- Deudas con entidades de crédito o largo plazo	1.176,1	1.149,7	26,4	2,3%
- Deudas con entidades de crédito o corto plazo	103,4	76,1	27,3	35,9%
<b>Inversiones financieras corrientes</b>	<b>-19,3</b>	<b>-24,9</b>	<b>5,6</b>	<b>22,5%</b>
<b>Efectivo y otros medios líquidos equivalentes</b>	<b>-100,2</b>	<b>-295,1</b>	<b>194,9</b>	<b>66,0%</b>
<b>Fair value/Gastos de formalización</b>	<b>20,2</b>	<b>22,9</b>	<b>-2,7</b>	<b>-11,8%</b>
<b>DEUDA BANCARIA TOTAL</b>	<b>1.180,1</b>	<b>928,6</b>	<b>251,5</b>	<b>27,1%</b>

#### DEUDA BANCARIA TOTAL POR UU.NN (incluyendo interco)

Millones de €	Jun. 2019	Dic. 2018	Var. 19/18	
			Abs.	Rel.
<b>Prisa Holding+ Prisa Gestión Financiera+PAE+Otros</b>	<b>1.040,5</b>	<b>897,1</b>	<b>143,4</b>	<b>16,0%</b>
- Deudas con entidades de crédito	1.167,1	1.123,4	43,7	3,9%
- Caja, IFT y deuda intragrupo	-126,6	-226,3	99,7	44,1%
<b>Santillana</b>	<b>33,5</b>	<b>-46,7</b>	<b>80,2</b>	<b>---</b>
<b>Radio</b>	<b>7,0</b>	<b>-28,5</b>	<b>35,5</b>	<b>---</b>
<b>Prisa Noticias</b>	<b>25,6</b>	<b>22,3</b>	<b>3,3</b>	<b>14,9%</b>
<b>Media Capital</b>	<b>73,5</b>	<b>84,4</b>	<b>-10,9</b>	<b>-12,9%</b>
<b>DEUDA BANCARIA TOTAL</b>	<b>1.180,1</b>	<b>928,6</b>	<b>251,5</b>	<b>27,1%</b>

La evolución de la deuda neta bancaria en el 1S de 2019 se muestra a continuación:



\* Incluye principalmente intereses devengados no pagados



## TOTAL GRUPO

### Balance

Millones de euros	ACTIVO	
	30/06/2019	31/12/2018
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>962,42</b>	<b>813,27</b>
Inmovilizado material	216,01	87,69
Fondo de comercio	411,66	408,85
Inmovilizado inmaterial	125,77	111,24
Inversiones financieras no corrientes	25,71	24,61
Sociedades puestas en equivalencia	45,67	43,08
Activos por impuestos diferidos	135,31	135,36
Otros activos no corrientes	2,30	2,44
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>628,42</b>	<b>847,45</b>
Existencias	149,68	150,35
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	350,05	370,09
Inversiones financieras corrientes	19,34	24,94
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	100,24	295,09
Activos mantenidos para la venta	9,12	6,99
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.590,84</b>	<b>1.660,72</b>
Millones de euros	PASIVO	
	30/06/2019	31/12/2018
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>-281,42</b>	<b>-235,81</b>
Capital suscrito	666,13	524,90
Reservas	-957,97	-566,01
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	-51,55	-269,35
Socios Externos	61,97	74,65
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>1.344,10</b>	<b>1.325,37</b>
Deudas con entidades de crédito	1.176,08	1.149,66
Otros pasivos financieros no corrientes	120,67	125,70
Pasivos por impuestos diferidos	17,91	18,61
Provisiones	26,91	28,57
Otros pasivos no corrientes	2,53	2,83
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>528,16</b>	<b>571,16</b>
Deudas con entidades de crédito	103,43	76,12
Otros pasivos financieros corrientes	20,30	58,64
Acreedores comerciales	225,63	270,98
Otras deudas corrientes	145,97	130,36
Ajustes por periodificación	26,57	32,13
Pasivos mantenidos para la venta	6,26	2,92
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.590,84</b>	<b>1.660,72</b>

### Impacto NIIF16

El impacto de la entrada en vigor de la NIIF 16 ha supuesto el registro de un pasivo financiero por importe de 155,2 millones de euros (con fecha 1 de enero de 2019). La contrapartida ha sido un activo material e intangible por el derecho de uso, generándose una amortización adicional anual de aproximadamente 29 millones de euros, un gasto financiero anual por importe aproximado de 11 millones de euros en 2019 y una reducción del gasto de explotación por alquiler registrado en base a la NIC 17 por aproximadamente 35 millones de euros anuales. A junio de 2019, el pasivo financiero derivado de la aplicación de la norma asciende a **140,6 millones de euros**.

Se ha reestimado el impacto de la NIIF 16 en los contratos con renovaciones automáticas en los que la renovación no sólo depende del arrendatario, considerando, en estos casos, el plazo mínimo obligatorio establecido en cada contrato. A 31 de marzo de 2019, esto ha supuesto una reducción del activo por derecho de uso y del pasivo financiero asociado por importe de 82 millones de euros, sin impacto significativo en la cuenta de resultados. Téngase en cuenta lo anterior cuando se consulte el balance publicado a marzo de 2019.





## TOTAL GRUPO

### OUTLOOK 2019

#### Educación

- Evolución positiva impulsada por la evolución en España y Brasil soportada por:
  - Novedades en España.
  - Año de ciclo medio de compras públicas en Brasil y reposiciones de PNLD F1 2018.
- Primer semestre por debajo de 2018 por la estacionalidad del negocio en España, la estacionalidad de las ventas públicas en Brasil y México y el efecto de la hiperinflación en Argentina, con un segundo semestre más fuerte soportado por España y Brasil.

#### Radio

- Crecimiento de la publicidad en España, Colombia y Chile por encima de mercado apalancándose en las audiencias y en la oferta de producto, a pesar de la contribución positiva en 2018 de los eventos extraordinarios ligados al Mundial y a elecciones.
- Mejora operativa en España y LatAm.

#### Prensa

- Crecimiento digital apalancándose en el crecimiento de mercado y en el lanzamiento de la plataforma de publicidad programática.
- Transición hacia una estructura de costes variables (acuerdos de impresión, distribución y tecnología).
- Mejora operativa apalancándose en la implementación de las medidas de eficiencia y en el crecimiento digital.

#### Media Capital

- Crecimiento de publicidad en línea con mercado.
- Mercado altamente competitivo impactando en los costes de programación y en las audiencias.

#### Evolución de tipos de cambio

- Impacto negativo esperado (inferior al 2018) principalmente en Brasil y Argentina.

#### Generación de caja recurrente

- Generación de caja\* recurrente en línea con 2018 o superior, mejorando a lo largo de los trimestres debido a la estacionalidad del negocio, llegando a ser negativa en el primer semestre.
- Pago a 3i (no recurrente) por importe de 36,1 millones de Euros estimado en febrero de 2019.

### Resultados del 1S de 2019 en línea con Outlook para 2019

\* Asume el cobro del 100% del PNLD de 2019 de Brasil al igual que en 2018



## ANEXO

1. Estacionalidad del negocio	19
2. Evolución del tipo de cambio	21
3. Desglose de ingresos	22
4. Ajustes al resultado neto	23
5. Conciliación entre EBITDA y EBIT contable y EBITDA y EBIT comparable	24
6. Bridge entre EBITDA reporting 2019 y EBITDA reporting 2018	26



## ESTACIONALIDAD DEL NEGOCIO

### DESCRIPCIÓN DE LA ESTACIONALIDAD DEL NEGOCIO

La generación de resultado y caja trimestral del Grupo esta ligado a la estacionalidad del negocio, produciéndose fluctuaciones a lo largo del año explicadas fundamentalmente por la naturaleza de los distintos negocios. A pesar de tener todos los años un patrón de comportamiento parecido, se pueden producir diferencias temporales que hagan que la comparabilidad trimestral no sea homogénea. En 2019 versus 2018 se espera que ciertos pedidos públicos especialmente de México y Brasil se produzcan en el 2S.

En **Santillana**, la generación de resultados esta condicionado por el momento en el que se producen las campañas de los distintos países:

- **Área Sur: 1T y 4T.**
- **Área Norte: 2T y 3T.**
- **Ventas públicas de Brasil: reposiciones en 2T/3T y pedido nuevo en 4T.**

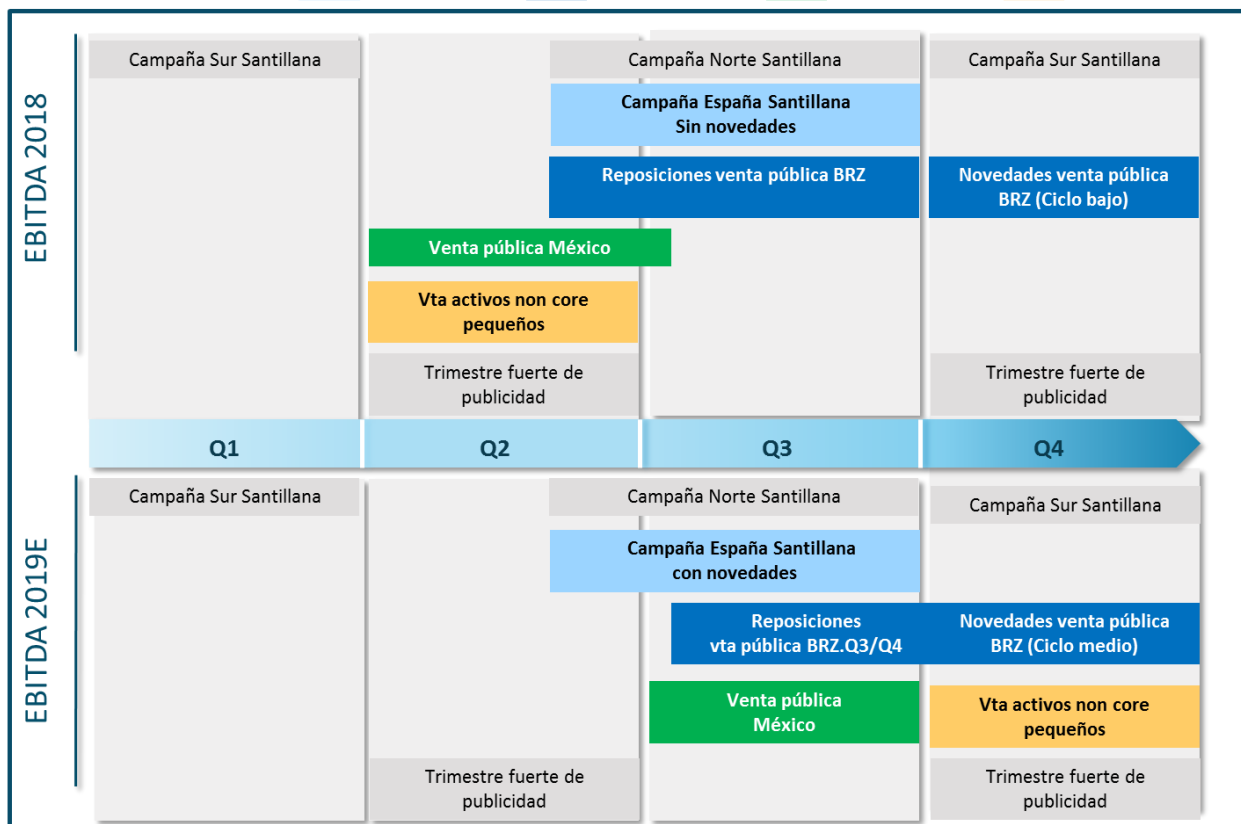
En **Media**, los trimestres estacionalmente más fuertes de venta de publicidad son el 2T y el 4T.

Adjuntamos cuadros que describen la estacionalidad del EBITDA y caja en 2018 y la estimación prevista para 2019, con la finalidad de ayudar a entender las diferencias trimestrales que irán surgiendo a lo largo del ejercicio.

El Outlook para 2019 contempla estas diferencias.

### ESTACIONALIDAD DEL EBITDA 2018/2019

Principales diferencias 18/19:



### Principales consideraciones

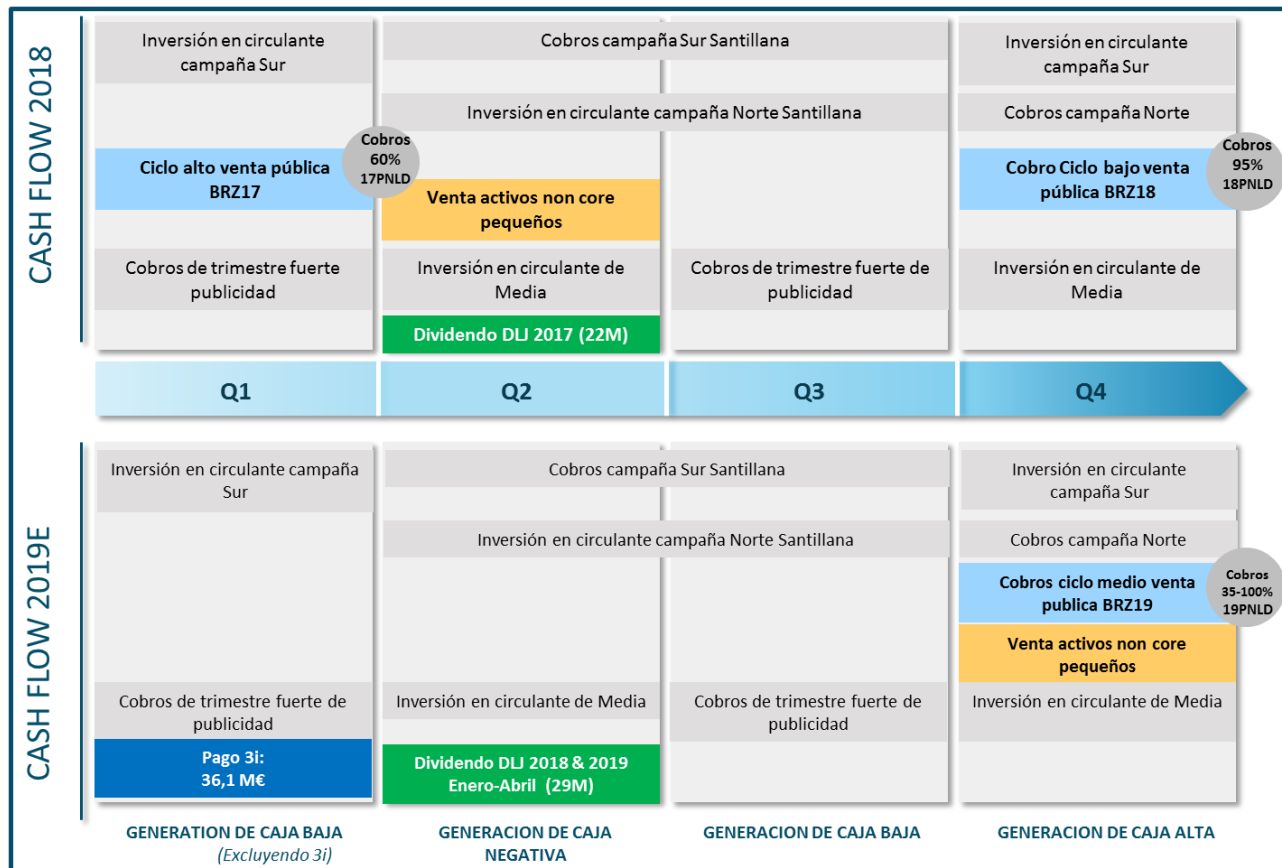
- **La campaña de España de Santillana** en 2018 no tuvo novedades mientras que en 2019 tiene novedades.
- **Las reposiciones de venta pública de Brasil** se generaron un 22% en el 2T de 2018 mientras que en 2019 el 100% de las reposiciones están previstas en el 3T y 4T.
- **La campaña de venta pública en BRZ** en 2019 corresponde a ciclo medio mientras que en 2018 fue ciclo bajo.
- **La venta pública de México** se generó el 90% en el 2T en 2018 mientras que el 100% de la misma esta prevista en el 3T y 4T de 2019.
- En el 2T de 2018 se generaron **ventas de activos no estratégicos incluidos en el plan de desinversiones** mientras que en el 2019 están previstas en el 4T.



## ESTACIONALIDAD DEL NEGOCIO

Principales diferencias 18/19:

■ Cobros vta Publica BRZ
 ■ Pago 3i
 ■ Vta activos non core
 ■ Dividendo DLJ



La generación de caja suele ir acompañada a los ingresos, produciéndose los cobros de los mismos en el trimestre siguiente al que se generan los ingresos

### Principales consideraciones

- **1T**
  - En el 1T de 2018 se produjo el 60% de los cobros de las ventas públicas de BRZ de 2017 mientras que los cobros de las ventas públicas de 2018 se produjeron casi en su totalidad en el 4T de 2018 (95%).
  - En el 1T de 2019 se produjo el pago a 3i pendiente previsto por importe de 36,1 millones de euros.
- **2T**
  - En el 2T de 2018 se produjeron las ventas de activos de Santillana USA y Argentina. Para el 2T de 2019 no hay ventas de activos previstas.
  - En el 2T de 2018 se ha producido el pago del dividendo a DLJ correspondiente al ejercicio 2017 por importe de 22 millones de euros. En el 2T de 2019 se ha producido el pago del dividendo pendiente a DLJ correspondiente a 2018 y los 4 primeros meses de 2019 por importe de 29 millones de euros.
- **4T**
  - En el 4T de 2018 se produjo el cobro del 95% de la venta pública de BRZ (ciclo bajo). En el 4T de 2019 el cobro de la venta pública de BRZ (ciclo medio) puede oscilar entre el 35% y el 100%.
  - En el 4T de 2019 se espera la venta de otros activos incluidos en el plan de desinversiones anunciado.

### FUERTE GENERACION DE EBITDA Y CAJA ESPERADA EN 2S COMPENSANDO UN PRIMER SEMESTRE AFECTADO POR EFECTOS TEMPORALES

#### En línea con Outlook 2019

En el 2S de 2019, las ventas públicas de Brasil (ciclo medio y reposiciones), las ventas públicas de México, la evolución esperada de los negocio de media y las ventas de activos no estratégicos del plan de desinversiones, más que compensarán un 1S afectado por la estacionalidad de las ventas públicas (Brasil reposición y México) y la ausencia de ventas de activos no estratégicos.

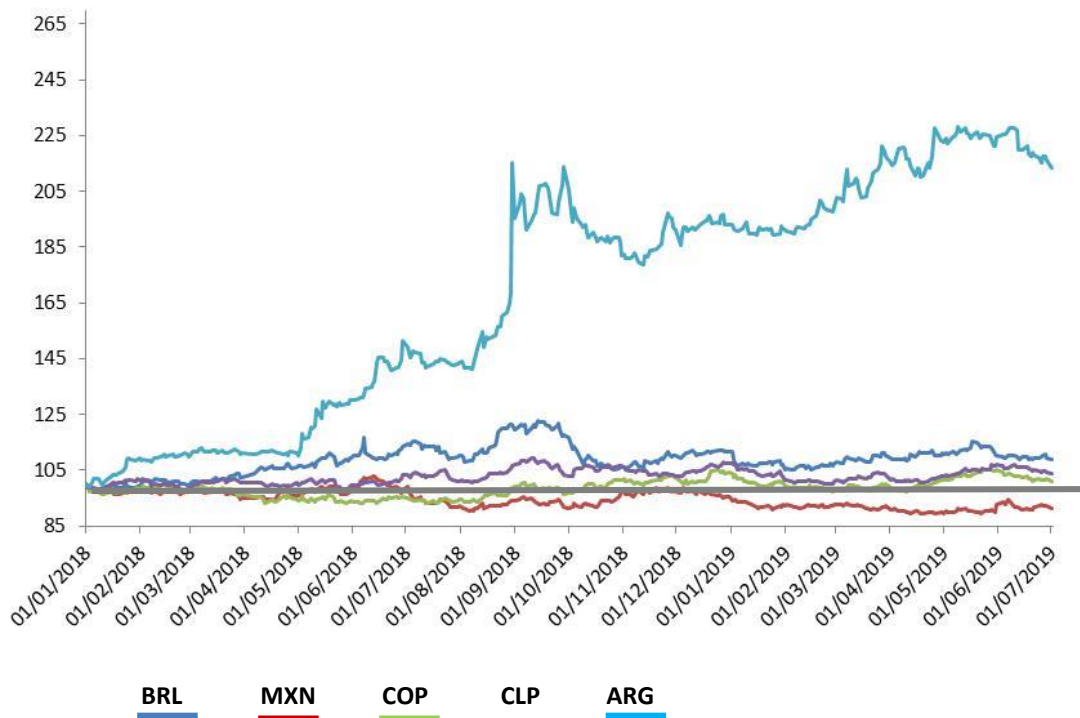


## TOTAL GRUPO

### Evolución del tipo de cambio

Los resultados del Grupo en Latinoamérica se han visto afectados por la evolución **del tipo de cambio en la región**, principalmente en Argentina (hiperinflación) y Brasil.

El impacto FX sobre los ingresos y el EBITDA del Grupo en el 1S de 2019 ha sido negativo. **El impacto ha sido de -6,7 millones de euros en ingresos y de -1,4 millones de euros en EBITDA.**



	BRL	MXN	COP	CLP	ARG
1Q2018	3,99	23,01	3.509,07	740,26	24,20
2Q2018	4,30	23,13	3.386,10	740,94	27,91
3Q2018	4,59	22,04	3.442,46	771,05	37,15
4Q2018	4,35	22,63	3.615,20	776,16	42,36
1Q2019	4,28	21,81	3560,74	758,39	44,29
2Q2019	4,40	21,47	3642,38	767,90	49,36

Fuente: Bloomberg



## TOTAL GRUPO

### Desglose de ingresos y EBITDA comparable por U.N

Millones de €	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2019	2018	Var.%	2019	2018	Var.%
<b>Ingresos de Explotación</b>						
<b>GRUPO</b>	<b>571,9</b>	<b>629,1</b>	<b>(9,1)</b>	<b>259,6</b>	<b>308,1</b>	<b>(15,7)</b>
Educación	256,0	301,3	(15,1)	87,1	127,6	(31,8)
Radio	134,5	136,0	(1,1)	74,4	77,1	(3,5)
Prensa Total - incluye PBSy Tecnología	104,5	109,6	(4,6)	55,5	58,4	(5,1)
Media Capital	86,4	86,9	(0,6)	47,1	48,1	(2,2)
Otros	(9,5)	(4,7)	(102,7)	(4,4)	(3,2)	(36,9)
<b>EBITDA Comparable</b>						
<b>GRUPO</b>	<b>100,3</b>	<b>128,3</b>	<b>(21,8)</b>	<b>30,3</b>	<b>56,7</b>	<b>(46,6)</b>
Educación	61,9	91,0	(32,0)	(4,4)	22,8	---
Radio	28,1	27,1	3,7	20,1	21,4	(6,2)
Prensa Total - incluye PBSy Tecnología	1,6	(2,0)	---	4,7	1,1	---
Media Capital	14,2	20,6	(30,9)	13,2	14,8	(10,7)
Otros	(5,6)	(8,5)	34,3	(3,4)	(3,4)	0,8
<b>EBITDA Comparable sin indemnizaciones</b>						
<b>GRUPO</b>	<b>107,9</b>	<b>148,9</b>	<b>(27,5)</b>	<b>33,1</b>	<b>66,6</b>	<b>(50,3)</b>
Educación	63,7	93,7	(32,0)	(3,0)	24,3	---
Radio	30,4	33,7	(9,7)	21,1	23,7	(10,8)
Prensa Total - incluye PBSy Tecnología	4,1	4,6	(9,8)	4,9	5,4	(8,4)
Media Capital	14,9	21,0	(28,8)	13,3	15,0	(11,8)
Otros	(5,2)	(4,0)	(30,4)	(3,2)	(1,8)	(78,1)

### Ajustes entre EBITDA y EBIT reportado y EBITDA y EBIT comparable

Millones de €	ENERO - JUNIO			ABRIL - JUNIO		
	2019	2018	Var.%	2019	2018	Var.%
<b>Efecto Litigio Mediapro y NIIF16</b>						
<b>Efecto en Gastos</b>	<b>51,0</b>	<b>(17,7)</b>	<b>---</b>	<b>0,0</b>	<b>(8,9)</b>	<b>100,0</b>
Litigio Mediapro	51,0	---	---	0,0	0,0	---
NIIF16	---	(17,7)	100,0	0,0	(8,9)	100,0
<b>Efecto en Amortización</b>	<b>0,0</b>	<b>14,0</b>	<b>(100,0)</b>	<b>0,0</b>	<b>7,0</b>	<b>(100,0)</b>
NIIF16	---	14,0	(100,0)	0,0	7,0	(100,0)

- a) **Litigio Mediapro:** La compañía ha provisionado 51 millones de euros por el resultado negativo de uno de los procedimientos judiciales abiertos con Mediapro.
- b) **NIIF16:** Recoge el impacto estimado de la implantación de la NIIF16 en 2018 para hacer los ejercicios comparables.



## TOTAL GRUPO

### Ajustes de EBIT a resultado neto

Millones de €	2019	2018	Var. %
<b>Impactos Litigio Mediapro y efecto NIIF16</b>			
<b>EBIT Contable</b>	<b>2,9</b>	<b>80,5</b>	<b>(96,4)</b>
Litigio Mediapro	51,0		
Efecto NIIF16		3,7	
<b>EBIT Comparable</b>	<b>53,9</b>	<b>84,2</b>	<b>(36,0)</b>
<b>Resultado Financiero Contable</b>	<b>(40,8)</b>	<b>(44,1)</b>	<b>7,4</b>
Efecto NIIF16		(6,5)	
<b>Resultado Financiero Comparable</b>	<b>(40,8)</b>	<b>(50,6)</b>	<b>19,2</b>
<b>Resultado atribuido a socios externos contable</b>	<b>(0,8)</b>	<b>15,6</b>	<b>---</b>
Litigio Mediapro	10,2		
<b>Resultado atribuido a socios externos comparable</b>	<b>9,4</b>	<b>15,6</b>	<b>(39,5)</b>
<b>Resultado Neto</b>	<b>(51,5)</b>	<b>0,4</b>	<b>---</b>
Litigio Mediapro	(40,8)		
IFRS16		(2,8)	100,0
<b>Resultado Neto Comparable</b>	<b>(10,7)</b>	<b>(2,4)</b>	<b>---</b>







## TOTAL GRUPO

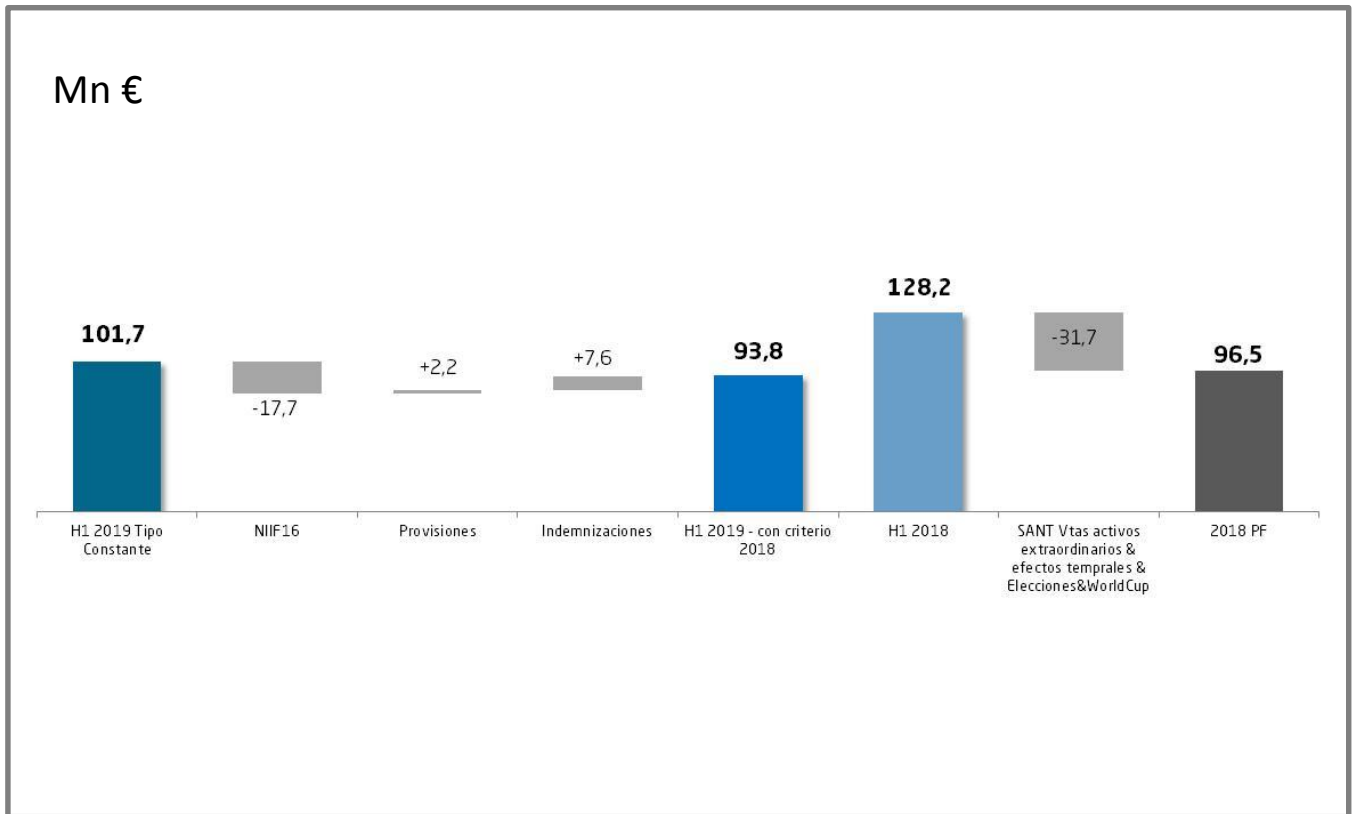
### Conciliación entre EBITDA y EBIT contable y EBITDA y EBIT comparable

Noticias Gestión	ENERO - JUNIO		
	2019	2018	Var. %
<b>EBITDA criterio anterior contable</b>		<b>(3,6)</b>	<b>100,0</b>
Provisiones		(1,1)	100,0
<b>EBITDA Contable</b>	<b>1,6</b>	<b>(4,7)</b>	<b>---</b>
Efecto NIIF16		2,7	(100,0)
<b>EBITDA Comparable</b>	<b>1,6</b>	<b>(2,0)</b>	<b>---</b>
Amortizaciones	4,9	4,3	12,2
Pérdidas de inmovilizado	0,0	0,0	4,5
<b>Resultado de Explotación Comparable</b>	<b>(3,2)</b>	<b>(6,3)</b>	<b>49,0</b>
Efecto NIIF16		(0,7)	100,0
<b>EBIT Contable</b>	<b>(3,2)</b>	<b>(7,1)</b>	<b>54,4</b>
MEDIA CAPITAL	ENERO - JUNIO		
	2019	2018	Var. %
<b>EBITDA criterio anterior contable</b>		<b>19,6</b>	<b>(100,0)</b>
Provisiones		(0,1)	100,0
<b>EBITDA Contable</b>	<b>14,2</b>	<b>19,4</b>	<b>(26,7)</b>
Efecto NIIF16	0,0	1,2	(100,0)
<b>EBITDA Comparable</b>	<b>14,2</b>	<b>20,6</b>	<b>(30,9)</b>
Amortizaciones	4,4	4,2	4,3
Pérdidas de inmovilizado	0,0	0,0	---
<b>Resultado de Explotación Comparable</b>	<b>9,8</b>	<b>16,4</b>	<b>(39,9)</b>
Efecto NIIF16		0,0	(100,0)
<b>EBIT Contable</b>	<b>9,8</b>	<b>16,4</b>	<b>(40,0)</b>
OTROS	ENERO - JUNIO		
	2019	2018	Var. %
<b>EBITDA criterio anterior contable</b>		<b>(11,8)</b>	<b>100,0</b>
Provisiones		(0,2)	100,0
<b>EBITDA Contable</b>	<b>(57,6)</b>	<b>(12,0)</b>	<b>---</b>
Litigio Mediapro	51,0	1,3	---
Efecto NIIF16	0,0	1,1	(100,0)
<b>EBITDA Comparable</b>	<b>(6,6)</b>	<b>(11,0)</b>	<b>39,9</b>
Amortizaciones	1,6	1,3	22,4
Pérdidas de inmovilizado	0,0	0,1	(100,0)
<b>Resultado de Explotación Comparable</b>	<b>(8,2)</b>	<b>(12,4)</b>	<b>33,8</b>
Litigio Mediapro	(0,0)	(0,1)	100,0
Efecto NIIF16			
<b>EBIT Contable</b>			



## TOTAL GRUPO

### EBITDA bridge entre 2019 reporting y 2018 reporting





Relación con Inversores

+34 91 330 1085

[ir@prisa.com](mailto:ir@prisa.com)

[www.prisa.com](http://www.prisa.com)